

BAB I

A. Pendahuluan

Komunikasi kelompok memegang peran penting dalam membangun rasa kebersamaan dan memperkuat hubungan antaranggotanya, serta menjaga loyalitas dalam sebuah komunitas, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam memengaruhi motivasi, partisipasi, dan komitmen anggota untuk terlibat secara berkelanjutan. Kajian ini sejalan dengan teori pola komunikasi kelompok yang memandang bahwa bentuk dan alur komunikasi dalam kelompok menentukan efektivitas interaksi (Vanie Adevy, 2025). Selain itu, efektivitas komunikasi kelompok juga menentukan sejauh mana anggota merasa dihargai, dilibatkan, dan memiliki peran dalam komunitas. Komunikasi yang sejalan secara optimal dapat menimbulkan kesenjangan partisipasi antaranggota, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat loyalitas dan keberlanjutan komunitas.

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya toko kelontong, menuntut adanya kolaborasi dan jejaring sosial yang kuat antar pelaku usaha. Salah satu bentuk kolaborasi tersebut adalah Sampoerna Retail Community (SRC), komunitas pemilik toko kelontong binaan PT HM Sampoerna Tbk yang bertujuan untuk memberdayakan toko tradisional agar lebih mandiri, modern, dan berdaya saing (Hidayat et al., 2024). Komunitas SRC tidak hanya berfungsi sebagai wadah usaha, tetapi juga sebagai ruang interaksi antarpemilik toko melalui media komunikasi, seperti pertemuan paguyuban, dan grup *Whatsapp* (Nabila, Nasution, 2023). Di wilayah Bekasi Timur, komunitas SRC terbagi ke dalam 4 paguyuban yang aktif dan memiliki dinamika komunikasi yang beragam. Salah satu dari paguyuban tersebut adalah Paguyuban Patriot Bekasi Timur Membara, yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Paguyuban ini berfungsi sebagai wadah koordinasi, pertukaran informasi, serta pelaksanaan berbagai kegiatan komunitas SRC di tingkat lokal. Pola komunikasi dalam paguyuban berlangsung melalui pertemuan rutin, pendampingan lapangan, serta komunikasi digital melalui grup *Whatsapp*. Namun, dalam praktiknya, komunikasi kelompok di paguyuban ini menunjukkan dinamika yang menarik untuk dikaji, khususnya terkait perbedaan tingkat partisipasi antaranggota. Pola komunikasi kelompok juga menggambarkan

bagaimana informasi mengalir dan bagaimana interaksi terjadi di antaranggota kelompok (Nur, 2023). Dalam komunitas SRC, komunikasi berlangsung melalui berbagai macam saluran seperti grup *Whatsapp*, media sosial, dan ada pertemuan rutin paguyuban.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti pada `. Pada awal bergabung dengan paguyuban, sebagian besar anggota menunjukkan keaktifan yang cukup tinggi, baik dalam komunikasi grup *Whatsapp* maupun dalam kehadiran pada setiap pertemuan paguyuban. Namun, seiring berjalannya waktu, tingkat partisipasi anggota mengalami penurunan. Kondisi ini ditandai dengan berkurangnya keterlibatan anggota dalam diskusi dan kegiatan paguyuban yang awalnya berjumlah 19 orang, hingga pada akhirnya hanya sekitar 7 orang anggota yang masih aktif secara konsisten, sementara 12 anggota lainnya cenderung pasif, baik dalam komunikasi digital maupun tatap muka. Ketimpangan partisipasi ini berpotensi memengaruhi arus informasi, rasa keterlibatan, serta loyalitas anggota terhadap komunitas.

Partisipasi tidak merata. Menjadi persoalan penting karena loyalitas anggota tidak hanya diukur dari keanggotaan formal, tetapi juga dari keterlibatan aktif, komitmen, dan rasa memiliki terhadap komunitas (Dina, 2017). Apabila komunikasi kelompok tidak berjalan secara menyeluruh dan partisipatif, maka anggota yang pasif berpotensi mengalami penurunan loyalitas, ditandai dengan minimnya keikutsertaan dalam kegiatan komunitas, serta lemahnya komitmen jangka panjang. Sejalan dengan Penelitian (Vanie Adevy, 2025) menemukan bahwa dominasi komunikasi oleh beberapa individu dalam komunitas dapat menurunkan keterlibatan anggota lain dan berdampak pada menurunnya solidaritas kelompok.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam membangun loyalitas. (Mulia, 2023) meneliti pola komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Palembang dan menemukan bahwa komunikasi yang terbuka dan didasari rasa kebersamaan mampu membentuk loyalitas anggota. (Nur, 2023) juga menemukan bahwa pola komunikasi formal dan informal yang dibangun kepala toko dapat menciptakan lingkungan kerja positif yang mendorong loyalitas karyawan. Sementara itu, Azhar Arkho dan Cici Suila meneliti pengembangan bisnis toko kelontong melalui program SRC, namun belum secara khusus membahas pola komunikasi kelompok dalam komunitas tersebut.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai pola komunikasi dan loyalitas dilakukan pada organisasi formal, organisasi kemahasiswaan, maupun hubungan kerja antara atasan dan bawahan. Masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji pola komunikasi kelompok dalam komunitas bisnis mikro seperti SRC, terutama yang menyoroti dinamika komunikasi antaranggota aktif dan anggota pasif dalam suatu komunitas usaha. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada pola komunikasi kelompok berdasarkan teori Harold Leavitt dalam konteks komunitas toko kelontong SRC Bekasi.

Secara nasional komunitas Sampoerna Retail Community (SRC) memiliki jumlah anggota yang besar dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia, data keanggotaan secara spesifik per kota atau per wilayah belum dipublikasikan secara terbuka. Oleh karena itu, penelitian ini tidak berfokus pada kuantitas anggota di suatu wilayah, melainkan pada proses komunikasi kelompok yang terjadi di tingkat paguyuban. Pemilihan Paguyuban Patriot Bekasi Timur Membara sebagai lokasi penelitian didasarkan karena adanya fenomena komunikasi yang jelas, terkait perbedaan tingkat partisipasi anggota dalam komunikasi kelompok, sehingga relevan untuk dikaji secara mendalam.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mendeskripsikan pola komunikasi kelompok yang terbentuk dalam Komunitas Toko Kelontong SRC Bekasi Timur pada Paguyuban Patriot Bekasi Timur Membara serta menganalisis peran pola komunikasi tersebut dalam meningkatkan loyalitas anggota. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi kelompok, khususnya dalam konteks komunitas bisnis mikro, serta menjadi bahan evaluasi bagi komunitas SRC dalam membangun pola komunikasi yang lebih partisipatif dan berkelanjutan.